

PSICÓLOGOS EN INTERNET: UNA ONTOLOGÍA INSENSATA.

Lic. Jaime Ernesto Vargas Mendoza, Presidente Honorario de la Asociación Oaxaqueña de Psicología, Editor del sitio www.conductitlan.net, Centro Regional de Investigación en Psicología de la AOP, México.

www.conductitlan.net

E-mail: je_vargas@yahoo.com.mx

Se puede filosofar de asombro y de ociosidad o de ambas cosas. La presencia de contenidos sobre psicología en la red es, desde hace varios años, un elemento relativamente novedoso en la disciplina. El hecho de que la comunidad de psicólogos navegue por internet es un fenómeno creciente que nos puede conducir a llevar a cabo algunas reflexiones insensatas, que parecieran filosóficas.

Se puede existir o se puede no existir en el internet. En estos tiempos es casi inevitable acceder al uso de la tecnología de la información y la comunicación. Hay mucha gente que puede definirse como televidente, los niños ocupan este aparato para sus juegos de video en casa o asisten a las “catacumbas” donde los rentan, para “jugar maquinitas”, casi todo mundo hace uso de su teléfono “celular”. Así, cada vez mas personas entran a la computadora, tienen una en casa para la familiar, son dueños de una personal o asisten a los “ciber cafés” para rentar una por hora. La dependencia de nuestra relación con las máquinas para vivir nos ha convertido en “cyborgs”, una mezcla de organismos tecnológicos. Eso somos o eso estamos siendo. Si esto es bueno o es malo, no me toca discutirlo, pero puedo afirmar que esto es “real”. En el mundo de la información, lo que no está en los medios, nunca ha sucedido. De manera que, el que no está en internet, no existe.

Desde una perspectiva económica, el usuario de la red puede ser un consumidor o un productor.

Consume uno ciertos servicios de internet solo con tener una dirección electrónica y ocupar el e-mail para el contacto epistolario con otros, es rápido, barato y ecológicamente limpio. Por ello, la comunicación por este medio puede llegar a ser adictiva, cada vez quiere uno enviar y recibir mas mensajes (tolerancia) y continuamente ingresa uno para revisar su correo, sin que pase mucho tiempo (abstinencia). Al grado de que se forma parte de enormes listados de correo, donde se comparten mensajes, a veces abrumadores y otras irrelevantes. El poco esfuerzo que requiere y lo barato que resulta, hace de esta práctica una “masificación” de la información.

Otras veces, se puede entrar en un chat para “platicar” simultáneamente con los amigos (chómpiras, cómplices o panas), es una sensación impersonal desprovista de señales no-verbales que dan contexto y congruencia a lo que se dice. Hay posibilidades de pasar por otro, cambiar la identidad, ponerse un mote y acuñarlo en nuestra dirección electrónica. Redefinir nuestra personalidad ocultándonos. Ser lo que siempre quisimos ser. Convertirnos en un ser virtual.

No obstante, la mayor parte de los psicólogos que entran a internet, lo hacen para buscar información. Los estudiantes buscan materiales que les sirvan para hacer sus tareas. Los maestros andan detrás de materiales que les sirvan para preparar sus clases o como apoyo para sus alumnos. Los investigadores tratan de localizar reportes y publicaciones especializadas, antiguas y recientes. No toda la información es accesible y fácil de encontrar. Hacen falta recursos como guías con direcciones tematizadas. Políticas de enlaces recíprocos explícitas y simétricas. Software de buscadores mas amigables con entornos mas intuitivos. Otras veces, después de un rato, encontramos lo que buscamos, pero no se puede bajar, viene

incompleto o requiere de un password especial, una membresía previa o de plano, de una cuota en dólares o en euros. Esto es especialmente cuestionable cuando se trata de información científica (que por definición, debería ser pública).

Una menor proporción de seres que existen en el internet son productores. Algunos detentan sus propios medios de producción (equipo, servidor, etc) y otros pagan dichos servicios para tener su(s) página(s). Los psicólogos suelen hacer páginas con su curriculum vitae y acompañarlo con alguna foto digitalizada, es un peculiar ejercicio de ontología existencial (el ser y la nada, el ser y el tiempo, etc). Las organizaciones de psicólogos deberían tener sus propias páginas y cobrar existencia actualizada. Esto no sucede en México, muchas agrupaciones son "leisses faire", que prefieren que otro haga las cosas, que se basan en la verborrea y en la manipulación (no pocas veces corrupta). Las que si tienen sus páginas las ocupan para informar de sus finalidades y de los eventos que realizan. Así podemos encontrar los programas y las convocatorias para los congresos y otros eventos, por ejemplo. Hay también productores que sostienen revistas electrónicas y están mas de lleno en la modernidad y en la conservación de los árboles, la celulosa viva del planeta, aunque las políticas de los comités editoriales, como siempre, puede ser motivo de segregación política a la disidencia, de promoción al compadrazgo y la auto complacencia. Casi no se encuentran materiales de psicología en e-books, como podrían ser obras "clásicas" o números especiales de edición. Los maestros que son productores suben las retículas de sus materias, temarios, bibliografías temáticas y calendarios de actividades. También podemos encontrar guías de exámenes, enormes listas de bibliografías sin enlaces para bajar los artículos o las publicaciones ahí contenidas. También hay shows de power point sobre temas específicos, teorías y reportes de investigación, estos no son tan numerosos como podría ser deseable. Con menos frecuencia se encuentran seminarios con lecturas predigeridas presentadas en orden lógico o cronológico.

Podemos encontrar también en la red trabajos de alumnos, que fueron presentados en alguna asignatura como parte de sus estudios y que permiten apreciar las competencias de estos jóvenes. Alentar estas publicaciones es una manera de alimentar a las nuevas generaciones productivas.

Finalmente, es posible desarrollar los tipos de "personalidad" de los psico cibernautas en una tipología zoológica, como se ve en el siguiente ejercicio:

Consumidores :

Pica flor o chupamirto: es el que entra a un montón de páginas y solo prueba un ratito para salirse y pasar a otra.

Oso hormiguero: es el que entra a un sitio (mete la lengua) y saca de él todo lo que puede en cada ocasión.

Hormiga : quien visita y colecta materiales y materiales que no necesita en el momento pero que piensa que quizá luego ocupará.

Productores:

Tortugas golfinas: los que en un solo sitio y a una fecha de cada año, depositan una gran cantidad de materiales (huevos).

Predadores territoriales: quienes participan en toda lista de correos que pueden y escriben mensajes pedantes solo para que todos sepan que están ahí (y que apestan a orines).

Termitas: son productores de infinita paciencia y sistematización, que construyen edificios de información acumulando su trabajo en una complejidad creciente.

Por supuesto, la tipología no es exhaustiva y usted puede hacer la suya.

Otras reflexiones filosóficas insensatas se pueden realizar en el campo de la epistemología: ¿se puede adquirir conocimiento en internet? ¿lo que se encuentra ahí es cierto?

O en el campo de la estética: ¿es posible producir cosas bellas para la red? ¿hay belleza en la psicología?